

A implantação de uma Modateca como fator de desenvolvimento para indústrias de moda do Arranjo Produtivo Local do Agreste Pernambucano.

Profa. Dra. Izabelle Sousa Barros

Universidade de Pernambuco

bellebarros@hotmail.com

Resumo

O APL de confecções de vestuário do agreste pernambucano, constituído pelas cidades Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru e Toritama, é considerado o maior polo de confecções de vestuário do Norte e Nordeste do Brasil (SEBRAE, 2003). O APL abriga mais de 12.000 micros e pequenas empresas de confecções de vestuário, que fabricam e exportam variados tipos de roupas, como moda íntima, *surfware*, *streetwear*, moda feminina, cama, mesa, banho, moda infantil, dentro outras, para todo o País. No entanto, para muitas empresas desse APL, a pesquisa e a criação são baseadas na cópia de produtos já lançados no mercado. Este artigo tem como objetivo abordar o projeto de Implantação Modateca como modo de desenvolver a criação de produtos de moda no Agreste de Pernambuco, através da pesquisa de tendências de moda que dá subsídio criativo para a criação do produto. A Modateca é também suporte ao meio acadêmico e disseminador do conhecimento, a partir de ações interdisciplinares entre pesquisa, ensino e extensão.

Palavras-Chave: Pesquisa de Tendências. Criação. Polo de confecções

The implementation of a Modateca as a development aspect to the fashion industries from the “Arrange Produtivo Local (APL)” in the Microregion or “Agreste de Pernambuco”.

Abstract

The “APL” of clothing in countryside Pernambuco, composed by the cities of Santa Cruz, Capibaribe, Caruaru and Toritama is considered the largest center of garment manufacturers in North and Northeast Brazil (SEBRAE, 2003). The “APL” is home to more than 12,000 micro and small clothing companies and exports many types of clothing such as underwear, surf wear, street wear, women’s fashion, bed, bath, children’s fashion, among others, for the whole country. However, many companies of this “APL” research and creation are based on the copy of products that already exists in the market. This article seeks to discuss the draft Implementation of a Modateca as a way to develop the creation of fashion products in Pernambuco state through research fashion trends giving allowance for an original product creation. The Modateca is also an academic support and disseminator of knowledge starting from interdisciplinary activities through research, teaching and extension.

Keywords: Research Trends. Creation. Polo clothing

La implantación de una Modateca como factor de desenvolvimiento para las industrias de moda del “Arranjo Produtivo Local (APL)” de la micro-region del “Agreste Pernambucano”.

Resumen

El APL de confecciones de vestuário del agreste pernambucano, es constituído por las ciudades de Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru e Toritama. Esta micro-región es considerada el más grande polo de confecciones de vestuario del Norte y Nordeste de Brasil (SEBRAE, 2003). Actualmente, el APL le da cobijo a más de 12.000 micro y pequeñas empresas del sector de vestuario que fabrican y exportan diferentes tipos de ropa, tales como: moda íntima, surfware, streetware, moda femenina, cama, mesa, baño, moda infantil, entre otros, para todo el país. Sin embargo, para muchas empresas de este APL la búsqueda y creación de nuevos productos de la moda tiene por base la copia de productos ya lanzados en el mercado. Por este motivo, este artículo tiene como objetivo tratar de la implantación del proyecto Modateca como forma de desarrollo de la actividad productiva de esta micro-región a través del estudio de tendencias en la moda y que permitan, al mismo tiempo, crear nuevos productos.

Palavras-Clave: Vestuario. Confección. Moda. Tendencias de la moda.

Introdução

O mercado ligado à moda é caracterizado por mudanças cada vez mais rápidas e frequentes pela diminuição do ciclo de vida dos seus produtos, pela intensa concorrência resultante da globalização, pelo avanço tecnológico, pelas desregulações de mercado, e pela contínua busca de melhorias nas formas de inovação.

As empresas do setor que continuam alcançando suas metas, mesmo em tempos de recessão, são quase sempre aquelas que têm as ferramentas necessárias para planejar e oferecer um produto diferenciado e atrativo aos olhos de um consumidor cada vez mais informado e exigente.

As tendências de moda são o denominador comum em todo o mundo dos negócios de moda. Elas são o eixo central do sistema de moda que se torna cada dia mais complexo. “O trinômio tecnologia, moda e tendência é o principal eixo de sustentação da área, e o ingresso na profissão pressupõe muito estudo para o desenvolvimento do domínio técnico e da capacidade criativa.” (FEGHALI, 2001, p. 6).

Na indústria de moda é importante que tudo seja cuidadosamente planejado. Neste sentido se evidencia o crescente interesse das organizações do setor de moda pelo uso da pesquisa de tendências de moda, objetivando a criação de um produto de alto valor, agregado e tecnicamente perfeito para aumentar a competitividade. Entretanto, essa informação é muito cara e as indústrias

de moda que têm acesso às informações de tendências de moda fazem parte de um grupo seletivo.

Nesse contexto surge, no Pólo de Confeções do Agreste de Pernambuco, o Projeto de extensão, Implantação da Modateca, realizado pela FACITEC (Faculdade de Ciências e Tecnologia de Caruaru), da Universidade de Pernambuco. O projeto tem como objetivo colaborar com a diminuição de um dos principais problemas da cadeia produtiva local: a falta de identidade do produto de moda da região. O espaço Modateca fornecerá de maneira sistemática informações técnico/científicas atualizadas sobre tecnologia têxtil e tendências de moda para a comunidade empresarial, para acadêmicos e para profissionais de moda da região, que servirão de suporte ao processo de criação e desenvolvimento de produtos de moda. A Modateca atuará também como espaço de elaboração e disseminação do conhecimento e da produção acadêmica, através da divulgação dos Projetos Experimentais (Trabalhos de Conclusão de Curso - TCCs) e dos projetos de extensão às empresas e à sociedade em geral. Este artigo aborda o Projeto de Implantação Modateca FACITEC como meio de desenvolver a criação do produto de moda no Polo de Confeções do Agreste (PCA), tratando também das principais atividades desenvolvidas e avanços do primeiro ano de trabalho nesse projeto.

O Pólo de Confeções do Agreste Pernambucano

A indústria de confeções tem relativa importância dentro da economia do estado de Pernambuco. Segundo dados da Pesquisa Industrial Anual – do IBGE de 2003, 2,6% das indústrias formais desse segmento estão no estado e 20 % das indústrias nordestinas situam-se em Pernambuco. Grande parte dessas empresas se encontra concentrada no Agreste, formando o Polo de confeções do Agreste de Pernambuco. Esse polo de desenvolvimento da economia de Pernambuco é estruturado como Arranjo Produtivo Local (APL), devido às características específicas dos municípios que o compõem, a saber: Caruaru, Toritama e Santa Cruz. O Arranjo Produtivo Local (APL) é caracterizado então pela existência de quantidade elevada de empresas que desenvolvem uma mesma atividade produtiva numa mesma região geográfica. (SEBRAE, 2003).

O processo de industrialização dessa região é um fenômeno particularmente interessante, pois se deu de forma independente, espontânea, autônoma e surgiu à margem de qualquer política de incentivo oficial à indústria. No início da década de 1970, os caminhoneiros que transportavam mercadoria do Agreste para o estado de São Paulo, deparavam-se com a falta de carga para trazer na viagem de retorno. Ocorreu a alguns desses caminhoneiros trazer retalhos de *helanca* vindos do Sul para vender às costureiras de Santa Cruz do Capibaribe, que enfrentavam uma fase de recessão, devida, principalmente, aos custos relativamente altos de matéria-prima para a confecção de roupas. Essa parceria prosperou, surgindo então a indústria da *sulanca* (*helanca* vinda do sul) que se consolidou rapidamente, também devido à proximidade entre Santa

Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru – que hoje abriga a maior feira ao ar livre do interior do Nordeste.

A partir de então houve uma grande expansão da atividade de confecção de roupas produzidas de diversas formas nessas três cidades. Cada município mostrou uma especialização no segmento de moda. A cidade de Toritama se apresenta como uma das maiores produtoras de jeans do Brasil, competindo, em segundo lugar, com o Brás em São Paulo. A cidade responde por 16% da produção nacional de jeans, com cerca de 2500 indústrias que geram mais de 15 mil empregos diretos, uma cadeia de fábricas e lavanderias e um faturamento de mais de 453 milhões de reais por ano só com o jeans. O desemprego é praticamente inexistente e a economia cresce, segundo o IBGE, a taxas superiores a média nacional e é grande o fluxo de imigrantes em busca de oportunidade de trabalho no setor de confecções.

Santa Cruz do Capibaribe, que no final da década de 50 tinha como base econômica a pecuária, a cultura do algodão, pequenas manufaturas de confecções e venda de calçados, atualmente, é marcadamente o município mais importante na produção de peças de malha dos segmentos de moda *surfwear*, *streetwear*, moda íntima e moda praia do Estado de Pernambuco.

Caruaru tem como principal fonte de renda a indústria, com destaque para a indústria de confecção e o turismo. É um município muito diversificado na produção de confecção geral e arte figurativa. A cidade possui a Feira da Sulanca, que se apresenta como grande escoadora da produção das peças do vestuário de vários municípios vizinhos. Como metrópole do Agreste de Pernambuco, atraiu, nos últimos anos, grandes investimentos educacionais para a formalização do APL-PCA, como a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) que mantém cinco cursos no município, sendo um deles Design com ênfase em moda e a Universidade de Pernambuco (UPE), com dois cursos, destacando-se o de Administração, com ênfase em marketing de moda. Existem também outras entidades que atuam no ensino técnico profissionalizante, como o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial e o CTM – Centro Tecnológico da Moda.

Os problemas da cópia de produtos no Pólo de Confecções do Agreste.

O Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco produz peças de baixa qualidade, voltadas a um mercado regional pouco exigente. A maioria das indústrias do PCA usa, como metodologia de desenvolvimento de coleção, a cópia de produtos já lançados no mercado. É por isso que, além de problemas relativos à criação de uma moda com identidade pernambucana, essas empresas têm sentido os efeitos, apesar das barreiras protecionistas, do crescimento da concorrência no setor de vestuário, principalmente vindo da China.

Um dos fatores que impedem que essas empresas se insiram num cenário de maior abrangência e de valor agregado mais elevado, explorando os conceitos de moda, tendência e suas especificidades é justamente a falta de pesquisa que dá subsídio criativo ao desenvolvimento do produto de moda, tornando a moda do Agreste pouco criativa e original.

Neste ambiente tão competitivo, os produtores brasileiros precisam ser mais do que flexíveis e adaptáveis a mudanças. Eles devem ser rápidos ao identificar tendências e comercializá-las, se desejarem atender às necessidades mutáveis dos experientes consumidores de hoje. No atual mercado de rápidas mudanças, a informação e a interpretação de tendências deve ser comunicada em termos claros e perceptivos.

Atualmente, a grande maioria das indústrias do Pólo de Confecções do Agreste se encontra no fim dessa cadeia de difusão de moda, pois só têm acesso às informações que são disseminadas, através da mídia popular – novelas, revistas não especializadas. E é por não ter essa informação, que geralmente é muito onerosa para empresas de pequeno porte, que as empresas que trabalham nesse sistema não conseguem criar produtos que tenham maior valor agregado.

Sendo assim, mesmo movimentando, de forma significativa, a economia do estado pernambucano, o setor de confecções do APL ainda tem um grande desafio para não entrar num processo de declínio: aumentar a qualidade das peças produzidas, inserindo-se num cenário de maior abrangência e de valor agregado mais elevado, explorando os conceitos de moda, tendências e suas especificidades. Aliar qualidade à criatividade constitui um dos maiores desafios para competir mundialmente no mercado têxtil, gerido por constantes mudanças e novas tecnologias.

Rech (2002, apud DRUCKER, 1987) assevera que a inovação, para ser implementada com sucesso, “precisa ser organizada como um trabalho sistematizado”. Sendo assim, é importante criar e desenvolver uma coleção, levando em consideração a pesquisa de tendências de comportamento do público-alvo, de temas e material, o estabelecimento de uma identidade visual, o atendimento das necessidades voltadas ao público consumidor, o controle de custos e de qualidade na execução do produto. Para Caldas (2004 p.182), ser um criador competente significa dominar, em igual medida, amplo conhecimento, cultura específica e ferramentas técnicas da produção e do mercado. No desenvolvimento de uma coleção são amplas as variantes a serem consideradas e a inovação é uma das apostas mais arriscadas. Apesar disso, o perfil do mercado delineia a necessidade da inovação e criação no processo produtivo

O projeto de implantação Modateca FACITEC

O projeto Modateca originou-se a partir de uma demanda da ACICI - Associação Comercial e Industrial de Caruaru, uma respeitável entidade do setor na região, através, das cinco Câmaras Setoriais relativas à moda (Câmara da Moda, Componentes Têxteis, Lojistas do Parque 18 de Maio, Profissionais de Moda e Lojistas do Pólo Comercial), em junho de 2008. Foi então formalizado um convênio de cooperação técnica entre ACIC e Universidade de Pernambuco (UPE), para que essa parceria contribuísse de forma relevante para o desenvolvimento da região. O Projeto de Implantação Modateca FACITEC é Coordenado pela Professora “Autor 2”, integrando o Programa de Extensão “Gestão do Negócio da Moda” do Curso de Administração, com Ênfase em Marketing de Moda e tem o apoio da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade de Pernambuco, que financia a bolsa de extensão da estagiária “Autor 1”.

O projeto visa a implantação de uma biblioteca dedicada à pesquisa de moda na Cidade de Caruaru. A Modateca compreende um conjunto organizado e catalogado de amostras têxteis, periódicos, sites, catálogos para pesquisa, materiais sobre indumentária, moda e referências de tendências da moda. As informações sobre tecidos, tendências e aplicações servirão tanto para orientar produtores, estudantes e profissionais de moda, como veículos de comunicação e outras peças midiáticas.

O objetivo desse projeto é que com a implantação da Modateca em Caruaru sejam beneficiados o maior número de empresas, estudantes, professores e profissionais de moda, através do fornecimento de dados, informações técnico-científicas e orientações sobre Tecnologia Têxtil e tendências de moda. Essas informações são fundamentais para o processo de pesquisa de moda voltada para o desenvolvimento de produtos e coleções, permitindo o aumento da competitividade das indústrias de confecções do APL do Agreste.

A Modateca atuará ainda como espaço de elaboração e disseminação do conhecimento, a partir de ações interdisciplinares entre pesquisa, ensino e extensão, podendo então incentivar a criação de novos produtos da moda, contribuindo com o desenvolvimento das atividades e qualidade do design de moda pernambucana. A Modateca oferecerá ferramentas para que as empresas da região possam aliar qualidade e criatividade, conferindo identidade àquilo que fabricam - uma prioridade nas empresas de sucesso.

A sistematização do trabalho na Modateca

Atualmente o sistema de moda é regido por uma obsolescência programada e as mudanças do vestir ou das modas são cada vez mais cíclicas e rápidas. Desde o advento do Prêt-à-Porter, “democratizador” do consumo de roupas de grife, é cada vez mais rápido o fluxo de lançamentos de modelos e o culto à mudança crescem.

Caldas (2004, p.46) relata-nos sobre o efeito *tickle-down* para explicar o processo de “difusão” da moda na sociedade, ou seja, como nasce uma moda. Tudo começa pelas atividades de

monitoramento de moda ou de pesquisa de moda; especialistas em identificar tendências analisam a informação de áreas distintas como economia, política, sociologia, ciência e tecnologia, até chegar à formulação de prognósticos em forma de tendências. São essas pesquisas que vão estabelecer as diretrizes da moda em todo o mundo. Essas tendências serão transformadas em moda que será propagada pela sociedade num verdadeiro “efeito cascata”. Os “inovadores”, acompanhados pelos “seguidores precoces”, são os primeiros a adotar essa nova moda. Eles formam um seleto grupo de influência, que geralmente busca a “diferenciação simbólica”. Alimentados pelo impulso de identificação com esse grupo e pela influência da mídia, que dissemina essa moda em grande escala, os “seguidores retardatários” e, por último, os “atrasados” também vêm aderir a essa moda que, a partir de então, perde sua força como símbolo de diferenciação e é descartada pela classe dos pioneiros e divulgadores da tendência.

Dessa forma, conclui-se que as pesquisas de tendências de moda norteiam o processo de criação de produtos de moda, diminuem as incertezas e são um instrumento primordial para que as empresas de moda que compõem o Pólo de Confeccões do Agreste de Pernambuco busquem uma melhor identidade de seus produtos e, conseqüentemente, um melhor posicionamento estratégico e competitivo no mercado de moda regional e nacional.

Nesse sentido, a Modateca atuará como suporte da pesquisa de tendências da moda, estimulando, orientando e fornecendo informações que serão transformadas em moda pelos designers das empresas de APL. O trabalho feito na Modateca fornecerá informações sobre tendências, visando melhorar os negócios das empresas de confecção do APL para competir em mercado cada vez mais global, mutável e diverso.

Metodologicamente, o trabalho na Modateca será desenvolvido através da organização e atualização permanente de seu acervo, estudo técnico e de tendência, pesquisas e assessoria permanente aos usuários dos serviços. Este espaço possibilitará aos acadêmicos e ao empresariado local o estudo sobre a história e as características do tecido, dos materiais têxteis (fios, fibras e filamentos); informação e produção de novas tecnologias; e ainda conhecimento histórico sobre indumentária, moda e referências das últimas tendências da moda que servirão de suporte ao processo de criação e desenvolvimento de produtos da moda, caracterizando o primeiro acervo de moda da região do Agreste. A Modateca inicialmente estará dividida em setores onde as pessoas encontrarão informação sobre tendências de moda de diferentes fontes de pesquisa, a saber:

- **Teciteca**

Coletânea de tecidos adivinhos de fibras naturais, artificiais e sintéticas em diversas estampas, padrões e texturas, com a disponibilização de informações de tecnologia têxtil (detalhamento dos tipos de tecidos, fibras e os símbolos universais). Compreende um espaço que agrega um conjunto organizado e catalogado de materiais têxteis.

- **Espaço para criação, desenvolvimento de produtos e moulage(modelagem tridimensional)**
Essencial para formação de um bom profissional da área, pois favorece a criatividade e liberdade de criação.
 - **Modateca Virtual**
A Modateca Virtual disponibilizará aos usuários através do site documentos e notícias sobre a cadeia têxtil e mundo da moda em formato eletrônico
 - **Acervo de História da moda.**
Imagens, fotos e indumentárias, referências sobre a história da indumentária e da moda.
 - **Revistas técnicas e birôs de moda.**
Disponibilização de revistas e periódicos específico de moda
 - **Assinatura de sites de pesquisa de tendências de moda**
Computadores á disposição dos associados da Modateca com acesso a sites especializados em tendências de moda.
 - **Biblioteca com livros de moda**
O acervo de livros de moda tem por objetivo facilitar e disponibilizar maiores condições nas pesquisas dos alunos e demais usuários.
 - **Acervo áudio-visual**
DVDs com desfiles e documentários de moda.
 - **Projetos Experimentais em marketing de moda**
Os projetos de Moda dos alunos da faculdade farão parte do acervo da Modateca. Essa ação permitirá que os empresários da região e a sociedade em geral tomem conhecimento das pesquisas desenvolvidas pelos alunos.
- 1. O primeiro ano da Modateca**

O projeto nesse primeiro ano de atuação visou, através de um conjunto de atividades e eventos, socializar as ações para implantação do projeto e conscientizar o seu público-alvo (estudantes, profissionais de moda e empresariado do Pólo de Confecções do Agreste) acerca da importância da implantação de uma Modateca no APL do Agreste para o desenvolvimento local desta região. Neste período a Modateca encontrava-se em fase de implantação, e o objetivo principal era a busca de apoio financeiro para materiais técnicos necessários para a montagem do espaço. Para isso foi elaborado um plano de marketing para uma detalhada análise do mercado e estudo de tendências e oportunidades para o negócio.

Conhecendo a importância que as informações da Modateca têm para um profissional ou estudante de moda, a bolsista Larissa Pereira de Lima elaborou o plano de marketing do projeto Modateca. A iniciativa surgiu para levar ao conhecimento de uma parcela maior da sociedade

informações sobre o Projeto de Implantação Modateca FACITEC, sendo o plano de Marketing desenvolvido com o auxílio das Professoras “Nome omitido para revisão cega” e “Nome omitido para revisão cega”. Esse plano consiste em um planejamento de ações que, em conjunto, podem gerar o resultado esperado para o projeto. Foi feita uma detalhada pesquisa a respeito do mercado atual, levando em consideração fatores tecnológicos, culturais, político-legais e socioeconômicos do setor têxtil e do APL de confecções do Agreste. Avaliando o ambiente externo à organização e o ambiente interno, em relação ao mercado que a Modateca irá atuar, chegou-se a conclusão de que seria preciso investir em eventos que dessem notoriedade à Modateca, como fazer campanhas de sensibilização na mídia, fazer parcerias com empresas da região para apoio técnico, já que, como se encontrava em fase de implantação, o projeto ainda não dispunha de recursos para assinatura de periódicos e revistas técnicas de moda. Iniciativas simples como a divulgação interna para o curso de Administração com ênfase em Marketing de Moda da FACITEC, através de palestras na faculdade e eventos afins, também foram incluídas no projeto de divulgação. Essa iniciativa ampliou muito o campo em que a Modateca era conhecida, possibilitando um aumento no número de empresas colaboradoras. O plano de marketing reuniu, em seu planejamento, todas as condições para obter sucesso, no sentido de alcançar todas as metas e objetivos estabelecidos, entretanto, ele está sujeito a ajustes, conforme as variáveis do ambiente de mercado se alterem. Dessa forma, a Modateca poderá ser eficiente e rápida na adaptação a novos cenários mercadológicos.

Foram elaboradas várias apresentações do projeto que foram divulgadas em diversas ocasiões e eventos, numa ampla ação de relacionamento com possíveis parceiros, visando também contribuir com o processo de construção de imagem da Modateca e ainda despertar nas empresas o interesse de se engajar no projeto de implantação da Modateca, através do estabelecimento de convênios de cooperação técnica. Através dessa ação, representantes de importantes empresas que atuam no APL de confecções do Agreste puderam tomar conhecimento do que será a primeira Modateca do APL-PCA e da sua importância para o mercado local.

Várias ações também foram realizadas na mídia com o intuito de obter maior visibilidade possível da Modateca junto ao segmento de indústria de confecções do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco, buscando despertar no empresariado local a necessidade de agregar valor aos produtos através da pesquisa de moda e assim aliar qualidade e identidade àquilo que fabricam. Matérias no Jornal Vanguarda, na mídia eletrônica, na TV Asa Branca e em algumas rádios locais ajudaram a disseminar o projeto Modateca no mercado.

Para contribuir na metodologia de trabalho da Modateca, na fase de estruturação em que o projeto se encontrava, fez-se necessário a busca e estudo de informações técnico/científicas e atualizadas

sobre tecnologia têxtil, necessárias para organização e catalogação das bandeiras têxteis da teciteca.

A teciteca é entendida como um espaço que agrega um conjunto organizado e catalogado de amostras e materiais têxteis, constituindo-se em um suporte pedagógico aos professores e acadêmicos. Ainda assim, o termo teciteca, geralmente relacionado apenas a um espaço de catalogação e armazenamento de um determinado acervo têxtil – prática recente e carente de sistematização que vem expandindo seu significado, de acordo com os objetivos de cada instituição.

Logo, a estagiária da Modateca, orientada pela coordenadora do projeto, realizou um estudo aprofundado sobre origem e evolução da indústria têxtil, sobre a cultura e significado estético dos tecidos, sobre as expressões contemporâneas e tecnológicas da área têxtil, sobre a classificação das fibras têxteis, sobre a simbologia das fibras e sua identificação, sobre o fluxo geral de produção da indústria têxtil, sobre o sistema formador dos tecidos, sobre conceitos e princípios tecnológicos básicos, e sobre elementos fundamentais dos beneficiamentos têxteis.

Na organização, manutenção e atualização do acervo da teciteca da Modateca estão incluídas as ações relacionadas ao estudo e catalogação das bandeiras e cartelas têxteis e cadastro de catálogos, periódicos e aviamentos. Também são realizadas as reposições de bandeiras danificadas e complementação de dados técnicos nas etiquetas incompletas, como por exemplo, o estudo de padronagens e gramaturas. A atualização do acervo é feita solicitando-se materiais têxteis, books de tendências e/ou informação sobre novos tecidos a empresas do ramo.

Sendo assim, todo esse estudo mais aprofundado sobre tecnologia têxtil foi de extrema importância, pois servirá de suporte para organização e catalogação de bandeiras têxteis e materiais, e será útil também para que se possa dar o melhor atendimento que uma teciteca de um curso superior, que possui uma ênfase no estudo do objeto Moda, possa ter para responder às expectativas e às necessidades da comunidade empresarial, acadêmica, profissional e interessada na área têxtil.

A Modateca buscou apoio financeiro efetivo para sua implantação e principalmente para aquisição de acervo e assinatura de periódicos e revistas técnicas de moda. Para isso foi realizado um planejamento financeiro, a partir das estratégias definidas no plano de marketing desenvolvido para Modateca. Esse planejamento foi apresentado, junto como pleito de aporte financeiro, para o SEBRAE(Serviço de Apoio a Micro e Pequenas empresas) Pernambuco, sendo aprovado em agosto de 2009. A AD DIPER(Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco) também aderiu ao projeto, cedendo uma sala situada no Centro Tecnológico da Moda, na qual funcionará o projeto. A previsão de inauguração da Modateca é em dezembro de 2009.

Considerações finais

Desde a sua concepção até o presente momento, o projeto Modateca alcançou avanços. As leis do mercado da moda brasileira demonstram que criar produtos de moda que atendam às exigências do consumidor, verdadeiramente inovadores e de alto valor agregado, não é fruto de uma inspiração que aflora repentinamente, mas sim resultado de muita pesquisa, planejamento e capacidade de ler as tendências socioeconômicas e culturais e os movimentos do sistema de Moda. O profissional de moda deve estar apto a realizar pesquisas de tendências de moda, decodificar, analisar e aplicar esses conhecimentos no produto que desenvolva.

A partir da inserção de novos profissionais formados nas diversas áreas de Moda que começam a atuar no mercado de forma significativa, o APL de Confecções de Pernambuco terá um grande avanço. Soma-se a este fato o diálogo permanente que ocorre entre o mercado e as instituições de Ensino Superior, pois iniciativas importantes já foram tomadas nesse sentido, de forma que algumas empresas e instituições vêm procurar apoio nas Instituições de Ensino Superior para solucionar desafios impostos pelo mercado econômico.

Os trabalhos realizados através da Extensão Universitária da Universidade de Pernambuco, em diálogo com a comunidade externa, resultam em produção de conhecimento por parte dos envolvidos na ação, sendo uma via de mão dupla, na qual a Academia e a sociedade se favorecem. Assim os resultados alcançados nessa primeira fase do Projeto Modateca demonstram que os ideais do projeto estão sendo muito bem recebidos pelos vários atores sociais que irão se beneficiar num futuro próximo.

Desta forma, conclui-se que os desdobramentos realizados pelo projeto Modateca, contribuirão para o fortalecimento da cultura da moda local e o para o desenvolvimento de todos os envolvidos: estudantes, professores e profissionais do mercado de moda do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco. Consequentemente, melhorará o posicionamento estratégico e competitivo no mercado de moda regional e nacional.

Referências

ABRAVEST. Associação Brasileira do Vestuário. Material sobre setor de vestuário. Disponível em: <<http://www.abraviest.org.br/>>. Acesso em: 06 out. 2009.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais**: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro, Ed. Senac Rio, 2004.

FEGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. **As Engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2001
PESQUISA INDUSTRIAL 2003: empresa. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, v. 22, n.1, 2005. 264 p. Anual. ISSN 0100-5138. Inclui CD-ROM.

RAPOSO, M.C.; GOMES, G.M. (Coord.). Estudo de caracterização econômica do pólo de confecções do agreste pernambucano. **Relatório final apresentado ao SEBRAE-PE**. Recife: FADE/UFPE/SEBRAE, 2003. Disponível em: <<http://www.sebrae-pe.com.br>>. Acesso em: 06 out. 2009.

RECH, Sandra R. **Moda**: Por um Fio de Qualidade. Florianópolis: Udesc, 2002.